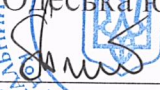


«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Ректор

Національного університету

«Одеська юридична академія»

 Олег ГОДОЩАК

протокол засідання Приймальної комісії

№ 3 від «28» березня 2025 р.

ПРОГРАМА

фахового іспиту

зі спеціальності D3 «Менеджмент»

Фаховий іспит з «Менеджменту» передбачає визначення рівня фундаментальних теоретичних знань та практичних навичок здобувачів вищої освіти, набутих за період навчання. Основна мета фахового іспиту – визначення рівня фахової підготовки майбутніх менеджерів та їх готовність до практичної роботи в межах вимог освітньо-кваліфікаційної характеристики.

Фаховий іспит з «Менеджменту» проводиться у формі тестування.

Допуск вступників до фахового іспиту здійснюється за умови наявності документа, який засвідчує особу (зокрема, з використанням Дії). У разі неможливості ідентифікації вступника фаховий іспит проводитись не може.

Фаховий іспит проводиться згідно з графіком, складеним приймальною комісією.

Вступники, які не з'явилися на фаховий іспит без поважних причин у визначений розкладом час, до участі у подальших випробуваннях та в конкурсі не допускаються. Перескладання фахового іспиту не дозволяється.

Фаховий іспит має комплексний характер, містить питання та завдання, які базуються на навчальному матеріалі дисциплін, які формують профіль фахівця та рівень його кваліфікації: «Менеджмент», «Маркетинг», «Підприємництво». Фаховий іспит для вступників на спеціальність 073 «Менеджмент» повинен перевіряти досягнення результатів навчання, визначених освітньою програмою. Під час підготовки до вступного випробування і в процесі його проведення рекомендується користуватися даною програмою. Завдання до фахового іспиту розроблені таким чином, щоб врахувати різні рівні знань, умінь та навичок, засвоєних здобувачами вищої освіти, перевірити їх підготовленість. Відповіді вступників повинні продемонструвати: знання основних положень програми курсу; знання та володіння категоріальним апаратом управлінської науки; знання теорій та концепцій управління; розуміння основних тенденцій у сфері управління; вміння застосовувати знання у практичній професійній діяльності. Питання з пакету завдань до фахового іспиту розміщуються в екзаменаційних білетах.

ПРОГРАМА ФАХОВОГО ІСПИТУ

Розділ 1. Менеджмент

Тема 1.1. Сутність, роль та методологічні основи менеджменту

Менеджмент як специфічна сфера людської діяльності. Система відносин в організації як предмет вивчення менеджменту. Менеджмент як система наукових знань. Менеджмент як мистецтво управління.

Тема 1.2. Історія розвитку менеджменту

Передумови виникнення науки управління. Існуючі парадигми менеджменту. Класичні та неокласичні теорії менеджменту.

Особливості формування сучасної моделі менеджменту в Україні.

Тема 1.3. Закони, закономірності та принципи менеджменту

Характеристика інтегрованих підходів до управління: процесний підхід; системний підхід; ситуаційний підхід. Закони і закономірності менеджменту.

Сутність, природа та роль принципів менеджменту в досягненні мети організації. Класифікація принципів менеджменту. Взаємозв'язок між принципами менеджменту.

Тема 1.4. Функції та методи менеджменту

Поняття функцій менеджменту. Функції менеджменту як види управлінської діяльності. Особливості формування функцій менеджменту. Класифікація і характеристика функцій менеджменту. Загальні (основні), конкретні (спеціальні) функції менеджменту.

Сутність та класифікація методів менеджменту. Методи менеджменту як сукупність способів впливу керуючої системи управління на керовану. Методи менеджменту як результат виконання функцій менеджменту. Економічні методи менеджменту. Адміністративні методи менеджменту. Соціально-психологічні методи менеджменту. Механізм взаємодії методів, принципів та функцій менеджменту.

Тема 1.5. Процес управління

Процес управління як сукупність взаємопов'язаних і взаємодіючих функцій, методів, управлінських рішень та інших категорій менеджменту. Мета управлінського процесу, його учасники, предмет, засоби здійснення. Управлінський цикл. Управлінські процедури: ціле визначення, інформаційне забезпечення, аналітична діяльність, вибір варіанту дій, реалізація рішення, зворотний зв'язок. Особливості процесу управління: безперервність, нерівномірність, циклічність, послідовність, надійність.

Управлінське рішення як результат управлінської діяльності. Класифікація управлінських рішень. Умови прийняття управлінських рішень. Фактори, що впливають на процес прийняття управлінських рішень. Моделі прийняття управлінських рішень. Взаємозалежність рішень. Підходи до прийняття рішень.

Різновиди технологій прийняття рішень. Якість управлінських рішень.

Класифікація методів обґрунтування та прийняття управлінських рішень.

Тема 1.6. Планування як загальна функція менеджменту

Сутність і зміст планування як функції менеджменту, його види та їхній взаємозв'язок. Основні елементи системи планування. Етапи процесу планування. Політика, правила процедури.

Класифікація цілей організації. Процес постановки цілей.

Тема 1.7. Організування як загальна функція менеджменту

Сутність функції організування та її місце в системі управління. Поняття та складові організаційної діяльності.

Повноваження, обов'язки, відповідальність. Процес делегування повноважень і відповідальності. Типи повноважень: лінійні, функціональні. Вертикальна та горизонтальна структуризація управління. Лінійні, функціональні, лінійно-функціональні, матричні організаційні структури.

Тема 1.8. Мотивування як загальна функція менеджменту

Значення людського фактору в управлінні організацією. Психологічні та фізіологічні особливості працівника. Поняття мотивування. Принципи врахування інтересів у мотивації. Взаємозв'язок потреб, спонукань, цілей і винагород працівника в процесі мотивування. Засоби мотиваційного впливу. Стимулювання праці: цілі, принципи, види, форми.

Тема 1.9. Контролювання як загальна функція менеджменту

Поняття контролювання та його місце в системі управління. Принципи і цілі функції контролювання. Етапи процесу контролювання: формування стандартів вимірювання, порівняння фактичного виконання зі стандартами, оцінка та регулювання. Модель процесу контролювання. Процес контролювання. Зворотний зв'язок під час контролю. Види управлінського контролювання.

Тема 1.10. Регулювання як загальна функція менеджменту

Поняття регулювання та його місце в системі управління. Види регулювання. Етапи процесу регулювання.

Тема 1.11. Інформація і комунікації в менеджменті

Інформація, її види та роль в менеджменті. Носії інформації. Класифікація інформації. Вимоги, що висуваються до інформації.

Поняття і характеристика комунікацій. Різновиди «внутрішніх» та «зовнішніх» комунікацій. Перешкоди в комунікаціях. Зворотний зв'язок в процесі комунікації. Засоби комунікацій, їх переваги та недоліки.

Комунікаційний процес, елементи та етапи процесу. Моделі комунікаційного процесу. Організація комунікаційного процесу. Комунікаційні перевантаження.

Тема 1.12. Керівництво та лідерство

Поняття та загальна характеристика керівництва. Керівництво як об'єднувальна функція менеджменту. Основні фактори та визначальні аспекти керівництва. Основи керівництва: вплив, лідерство, влада. Адаптивне керівництво.

Влада як елемент примушення. Форми впливу та влади. Теорії лідерства. Типологія лідерів. Поняття стилю керування та континууму стилів керування. Характеристика та класифікація стилів керування. Фактори та передумови

формування стилів керівництва. Критерії оцінки стилю менеджера. Підходи до вибору стилю лідерства: особистісний, поведінковий, ситуативний.

Загальна характеристика моделі сучасного менеджера.

Тема 1.13. Ефективність менеджменту

Видова класифікація ефективності організації: індивідуальна, групова, загально-організаційна. Особливості оцінки різновидів ефективності.

Концепції визначення ефективності менеджменту в організації. Підходи до оцінки ефективності менеджменту в організації. Економічна, організаційна та соціальна ефективність менеджменту. Системи показників економічної, організаційної та соціальної ефективності менеджменту, їх склад і методи визначення.

Напрями підвищення ефективності управління організацією. Сутність та різновиди відповідальності та етики у менеджменті.

Соціальна відповідальність як добровільна реакція на соціальні проблеми суспільства з боку організації. Сутність та значення соціальної поведінки менеджменту.

Культура менеджменту.

Розділ 2. Маркетинг

Тема 2.1. Сутність маркетингу та його сучасні концепції

Сутність та еволюція поняття «маркетинг». Хронологія виникнення та розвитку маркетингу. Підходи до розуміння предмету маркетингу. Еволюція концепції маркетингу. Сутність виробничої, товарної, збутової, суто маркетингової та сучасної концепції. Тенденції розвитку сучасної концепції маркетингу. Основні поняття маркетингу. Маркетингова тріада (потреби, цінності, запити). Товари та послуги (сутність і класифікація). Вартість (споживча і вартість споживання). Задоволення (функціональне та психологічне).

Тема 2.2. Системи та характеристики маркетингу

Сутність та класифікація маркетингових систем. Принципи, задачі та функції маркетингу. Види маркетингу залежно від орієнтації, маркетингової, діяльності (орієнтований на продукт, на споживача, змішаний), її сфери (маркетинг товарів споживчого попиту, виробничо-технічного призначення, торговельний), періоду, на який розробляється маркетингова політика (стратегічний, тактичний, оперативний), попиту, основних об'єктів уваги, кінцевої мети та способів її досягнення (виробничий, товарний, збутовий, ринковий, сучасний), з координації виконуваних на підприємстві маркетингових функцій (інтегрований та не інтегрований), кінцевої мети діяльності (комерційний і некомерційний), видів продукції (маркетинг товарів і послуг), рівня вирішення маркетингових завдань (макро- та мікрмаркетинг), міри диференціації маркетингових функцій (глобальний і диференційований) тощо.

Тема 2.3. Методи дослідження ринку

Навколишнє середовище маркетингу (зовнішнє та внутрішнє). Сили та умови зовнішнього середовища (регулюючі, економічні, технологічні,

екологічні, конкурентні, соціальні). Фактори внутрішнього середовища (власники, менеджери, робітники і службовці, структурні підрозділи).

Маркетингові дослідження. Первинні та вторинні дані. Методи та цілі маркетингового дослідження.

Тема 2.4. Аналіз ринкових можливостей підприємства

Пошук маркетингової можливості для компанії. Критерії відбору маркетингової можливості для компанії. Процедура відбору маркетингової можливості для компанії. Сегмент ринку. Поняття комплексу маркетингу.

Тема 2.5. Маркетингова товарна політика

Головні атрибути товару: користь від нього, властивості, упаковка, унікальність, популярність, імідж, якість, фабрична марка, умови поставки, ремонтпридатність, монтаж, сервіс, гарантії, ціна. Сутність поняття «новий продукт». Поняття й способи планування продукції.

Тема 2.6. Маркетингова цінова політика

Сутність та роль маркетингової цінової політики. Етапи ціноутворення. Цілі ціноутворення. Стратегії ціноутворення на нові товари на ринку. Основні методи ціноутворення в системі маркетингу. Скидки та знижки.

Тема 2.7. Маркетингова політика розподілу

Сутність, завдання, функції та елементи маркетингової політики розподілу. Канали розподілу продукції: сутність, актуальність, види й основні характеристики. Функції каналів розподілу й основні проблеми їх формування. Алгоритм формування маркетингових каналів розподілу.

Посередницька діяльність у каналах розподілу: сутність, принципи. Класифікація посередницьких підприємств і організацій та їх основні типи.

Тема 2.8. Маркетингова політика комунікацій

Поняття маркетингової комунікації. Сутність та система маркетингових комунікацій. Схема налагодження маркетингових комунікацій. Поняття зворотного зв'язку та реакції. Типи станів цільових аудиторій.

Розділ 3. Підприємництво

Тема 3.1. Основи підприємницької діяльності

Сутність підприємницької діяльності та еволюція поглядів щодо його розуміння. Класична та інноваційна моделі підприємництва. Принципи здійснення підприємницької діяльності. Основні функції підприємництва - творча, ресурсна, організаційна та їх характеристика. Види підприємництва: виробниче, комерційне, фінансове, посередницьке та їх характеристика. Передумови розвитку підприємництва: економічні, політичні, юридичні, соціальні, психологічні.

Тема 3.2. Організаційні основи та особливості створення підприємств

Поняття підприємства як організаційно виокремленої та економічно самостійної первинної ланки виробничої сфери. Ознаки підприємства як суб'єкта господарювання. Класифікація підприємств за певними ознаками.

Юридичні акти, що які регламентують умови створення, функціонування та ліквідації підприємства.

Тема 3.3. Зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства

Підприємство як складова частина ринкової системи господарювання. Поняття і загальна характеристика ринкового середовища функціонування підприємств.

Елементи зовнішнього та внутрішнього середовища господарювання.

Тема 3.4. Організаційно-правові форми підприємств та їх порівняльна характеристика

Господарські товариства. Умови та особливості створення. Майнові права. Організація управління та ліквідація господарських товариств. Порівняльна характеристика різних типів господарського товариства (публічне та приватне акціонерне товариство, товариство з обмеженою відповідальністю, повне та командитне товариство).

Характеристика об'єднань підприємств (асоціація, консорціум, концерн, корпорації, холдинг та асоційовані підприємства).

Тема 3.5. Основні види діяльності підприємства

Характеристика основних видів діяльності підприємства згідно нормативних актів (звичайна, надзвичайна, основна, операційна, інша, фінансова, інвестиційна).

Характеристика видів діяльності підприємства (виробнича, науково-дослідна, торгівельна, інша).

Тема 3.6. Основи оподаткування підприємства

Нормативні акти, що регулюють питання оподаткування підприємства. Принципи оподаткування.

Види податків та зборів, встановлені в Україні. Характеристика основних видів податків.

Тема 3.7. Формування виробничого процесу та його структура

Поняття та основні елементи виробничого процесу. Технологічний процес як головна складова виробничого процесу. Принципи організації виробничого процесу. Тривалість виробничого циклу як характеристика виробничого процесу за складністю та швидкістю перебігу. Склад виробничого циклу.

Тема 3.8. Сутність та функції торгівлі, організаційна структура торгівлі

Місце торгівлі в економічній системі. Загальна характеристика торгівлі як системи, її функції. Поняття внутрішньої торгівлі. Основи організації внутрішньої торгівлі. Організаційні форми торгівлі. Державне регулювання та підтримка розвитку внутрішньої торгівлі України.

Тема 3.9. Організаційні основи функціонування роздрібною торгівлі

Сутність та функції роздрібною торгівлі. Види та класифікація торговельних об'єктів.

Стан розвитку роздрібною торгівлі України. Поняття торговельної організації, торговельної системи.

Організаційна культура. Основні шляхи подальшого розвитку роздрібною торгівлі України.

Тема 3.10. Організація товаропостачання роздрібною торговельною мережі

Значення та завдання товаропостачання роздрібною торговельною мережі.

Фактори, що впливають на організацію товаропостачання. Основні принципи та вимоги до організації товаропостачання роздрібною торговельною мережі.

Форми та методи товаропостачання. Транзитна та складська форми товаропостачання, умови застосування. Централізований і децентралізований методи товаропостачання роздрібною торговельною мережі. Формування маршрутів і графіків завезення товарів.

Тема 3.11. Політика ціноутворення на підприємстві

Методи ціноутворення. Цінова політика підприємства. Етапи ціноутворення. Методи ціноутворення, їх переваги та недоліки. Особливості застосування та види витратного ціноутворення. Особливості застосування та види ринкового ціноутворення.

Особливості застосування та види економетричного ціноутворення

Тема 3.12. Якість продукції та методи її оцінки

Якість продукції як економічна категорія. Фактори, що впливають на якість продукції. Рівні якості. Показники якості продукції та їх характеристика. Методи оцінки якості продукції.

Тема 3.13. Конкурентоспроможність продукції та методи її оцінки.

Сутність конкурентоспроможності продукції та аналіз різних поглядів щодо її трактування. Фактори конкурентоспроможності продукції: факторів зовнішнього формування, фактори, пов'язані з якістю продукції, економічні фактори. Методи оцінки конкурентоспроможності продукції та їх характеристика.

Тема 3.14. Показники оцінки ефективності діяльності торговельних підприємств

Економічний ефект та ефективність, сутність та відмінності.

Характеристика методичних підходів щодо визначення витрат та результатів, необхідних для розрахунку ефективності: ресурсний, витратний, ресурсновитратний. Показники економічного ефекту та їх характеристика.

Тема 3.15. Ефективність діяльності підприємства

Сутність ефективності підприємницької діяльності та еволюція поглядів щодо його розуміння.

Ефективність виробництва. Принципи оцінки ефективності підприємницької діяльності. Ознаки бізнесу як суб'єкта господарювання. Класифікація бізнесу за певними ознаками. Показники ефективності. Ресурсомісткість, ресурсовіддача, валовий прибуток, чистий прибуток. Рентабельність інвестованих ресурсів та рентабельність продукції. Напрями підвищення ефективності діяльності підприємства.

ПИТАННЯ ДО ПІДГОТОВКИ

1. Сутність поняття «менеджмент».
2. Суб'єкт та об'єкт менеджменту.
3. Функціональні сфери менеджменту.
4. Менеджмент персоналу.
5. Функції менеджменту.
6. Процес менеджменту.
7. Внутрішнє середовище організації.
8. Зовнішнє середовище організації.
9. Адміністративні методи менеджменту.
10. Економічні методи менеджменту.
11. Соціально-психологічні методи менеджменту.
12. Визначення планування та його завдання.
13. Сутність стратегічного планування.
14. Делегування повноважень.
15. Основні елементи та склад організаційної структури управління.
16. Типи організаційних структур управління.
17. Сутність мотивації та її головні поняття.
18. Контроль та його основні види.
19. Етапи процесу контролю.
20. Інформації та її види.
21. Вимоги до управлінської інформації.
22. Поняття комунікації, її види та засоби.
23. Управлінські рішення в менеджменті.
24. Етапи прийняття управлінських рішень.
25. Влада та лідерство в менеджменті.
26. Форми впливу в менеджменті.
27. Типи влади у менеджменті.
28. Стилi керівництва.
29. Маркетинг, основні концепції маркетингу.
30. Маркетинг-менеджмент.
31. Фактори маркетингового середовища.
32. Маркетингові дослідження.
33. Етапи маркетингового дослідження.
34. Система маркетингової інформації, її підсистеми.
35. Характеристики споживача.
36. Моделі поведінки споживачів.
37. Сегментація ринку.
38. Товар з погляду маркетингу.
39. Розробка нового товару.
40. Життєвий цикл товару (ЖЦТ).
41. Міжнародний маркетинг, особливості його застосування.
42. Організація маркетингу на підприємстві.
43. Маркетингові стратегії.

44. Сутність поняття «стартап».
45. Якості, що важливі при формуванні команди стартапу.
46. Основні етапи розвитку стартапу.
47. Методи аналізу конкурентів.
48. Основні показники ефективності бізнес плану.
49. Сутність бізнес-планування.
50. Сутність, цілі та ознаки підприємництва.
51. Основні принципи та функції підприємництва.
52. Характеристика виробничого підприємництва.
53. Характеристика торговельного підприємництва.
54. Класифікація підприємств за різними ознаками.
55. Характеристика розділів бізнес-плану.
56. Способи створення бізнесу.
57. Трудові ресурси підприємницької діяльності.
58. Фінансові ресурси у підприємницькій діяльності.
59. Матеріальні ресурси, що використовуються у підприємницькій діяльності.
60. Результативність підприємницької діяльності.
61. Шляхи підвищення ефективності підприємницької діяльності.
62. Соціальна відповідальність бізнесу.
63. Ділова етика підприємця.
64. Характеристика біржового підприємництва.
65. Підприємництво у сфері послуг.
66. Інвестиції у підприємницькій діяльності.
67. Ефективність використання ресурсів. Показники рентабельності.
68. Переваги командної роботи для розвитку бізнес-структури.
69. Вирішення конфліктів в управлінні.
70. Важливість врахування думок команди.
71. Ключові характеристики успішного керівника
72. Тайм-менеджмент керівника.
73. Роль власника бізнесу як менеджера
74. Обов'язки менеджера.
75. Екологічний менеджмент.
76. Командна робота в менеджменті.
77. Мінімальна кількість підлеглих для менеджера.
78. Ситуаційний підхід в менеджменті.
79. Ризик-менеджмент.
80. Фінансовий менеджмент.

ЛІТЕРАТУРА ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО АТЕСТАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ

Основна

1. Барабанова В.В. Маркетингові дослідження: навч. посіб. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2020. 136 с.
2. Гавриш О. А., Бояринова К. О., Копішинська К. О. Розробка стартап-проектів: Конспект лекцій [Електронний ресурс]: навч. посіб. для студ. спеціальностей 151 – «Автоматизація та комп'ютерно-інтегровані технології» та 152 – «Метрологія та інформаційно-вимірювальна техніка». Електронні текстові дані (1 файл: X,XX Мбайт). Київ: КПП ім. Ігоря Сікорського, 2019. 188 с.
3. Гудзь О. Є., Стецюк П. А. Інвестиційний менеджмент: навчальний посібник. Львів. 2020. 223 с.
4. Економіка і бізнес: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2021. 316 с.
5. Кібік О.М., Редіна Є.В., Хаймінова Ю.В., Скрипник М.О. Менеджмент організацій. Проектний менеджмент: навч.-метод. посібн. Одеса: Фенікс. 2020. 143 с.
6. Кібік О.М., Хаймінова Ю.В., Котлубай В.О., Редіна Є.В., Белоус К.В. Стратегічне управління. Антикризове управління: навч. посібн. Одеса: Фенікс. 2019. 208 с.
7. Котлер Ф. Маркетинг: від А до Я. Альпіна Паблішер Україна. 2021. 252 с.
8. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. Діалектика. 2020. 880 с.
9. Католик Г. Психологія особистості (в схемах, презентаціях і таблицях): навчальний посібник. Львів: ЛьвДУВС, 2022. 158 с.
10. Котлубай В.О., Отливанська Г.А. Інноваційне підприємництво та управління стартап проектами. Economic evaluation of innovative solution: практикум. Одеса. 2021. 131 с.
11. Краснокутська Н.С., Нащекіна О.М., Замула О.В. Менеджмент: навч. посібн. Харків: Друкарня Мадрид. 2019. 231 с.
12. Кудерміна О. І., Казміренко Л. І., Власенко С.Б. Соціальна психологія. Київ: 2020. 243 с.
13. Кісіль З.Р., Швець Д.В. Мотивація діяльності людини: навчальний посібник у схемах, таблицях, коментарях. Одеса: Видавництво ОДУВС, 2023. 154 с.
14. Кісіль З.Р., Швець Д.В. Психологія управління: навчальний посібник у схемах, таблицях, коментарях. Одеса: Видавництво ОДУВС, 2023. 208 с.
15. Кісіль З. Р. Основи управління : посібник. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2021. 232 с.
16. Купчак М. Я., Саміло А. В. Податковий менеджмент. Навчальний посібник. Львів, 2020. 185 с
17. Мальская М., Билорус С. Менеджмент організацій: теорія та практика: навч. посібн. К.: SBA-print. 2019. 190 с.
18. Мартинович Н.О., Горник В.Г., Бойченко Е.Б. Маркетингові дослідження: навчальний посібник, Київ: «Видавництво Людмила», 2021. 323 с.

19. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
20. Мороз О. С. Основи бізнесу : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності "Менеджмент" освітньо-професійної програми "Промисловий менеджмент". Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2021. 372 с.
21. Менеджмент: навчальний посібник. Львів: Видавництво «Новий Світ – 2000», 2024. 356 с.
22. Основи економічної грамотності та підприємництва: навчальний посібник /Алексеева С. В., Базиль Л. О., Байдулін В. Б., Гриценко І. А., Єршова Л. М., Закатнов Д. О., Орлов В. Ф., Сохацька Г. В. Житомир: "Полісся", 2021. 248 с.
23. Основи менеджменту: Конспект лекцій [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент і бізнес-адміністрування» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; укладачі: Т.В. Лазоренко, С.О. Пермінова.– Електронні текстові дані (1 файл: 560 КБ). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2021.166 с.
24. Олійник Н. Ю. Комунікативний менеджмент: навчально-методичний посібник для студентів економічного факультету освітньо-професійної програми підготовки бакалавра спеціальності 073 Менеджмент. Кам'янець Подільський, 2020. 112 с.
25. Підприємництво та основи бізнесу. Практикум: Навчальний посібник / [Біляк Т.О., Бірюченко С.Ю., Бужимська К.О., та ін.]; під заг. ред. Т.П. Остапчук. Житомир : Житомирська політехніка, 2023. 280 с.
26. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с.
27. Страпчук С.І., Миколенко О.П., Попова І.А., Пустова В.В. Менеджмент: навчальний посібник для здобувачів вищої освіти. Львів: Видавництво «Новий Світ – 2000», 2020. 356 с.
28. Сучасний менеджмент у схемах і таблицях. Частина 1: навч. посібник. [Електронний ресурс] / Н.С. Іванова, Н.С. Приймак, І.А. Карабаза, І.В. Шаповалова, Ю.Б. Лижник; ред. Н.С. Іванова. Кривий Ріг : Вид.ДонНУЕТ, 2021. 282 с.
29. Самоменеджмент [Електронний ресурс] : навчальний посібник / С. К. Василик, О. В. Майстренко, К. Р. Немашкало та ін. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2020. 150 с.
30. Старченко Г.В., Калінько І.В., Косач І.А. Операційний менеджмент : навч. посібник. К.: Кондор-Видавництво, 2020. 264 с.
31. Управління маркетинговою діяльністю: ситуаційні вправи : навчальний посібник / Левків Г.Я., Подра О.П., Леськів Г.С., Гинда С.М. Львів: ЛьВДУВС, 2019. 190 с.
32. Шкільняк М. М, Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Крисько Ж. Л., Демків І. О. Менеджмент: підручник. Тернопіль: ЗУНУ, 2022 р. 258 с.

Допоміжна

33. Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань [Електронний ресурс] – Верховна Рада України; Закон від 15.05.2003 № 755-IV. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/755-15>.
34. Про ліцензування видів господарської діяльності [Електронний ресурс] – Верховна Рада України; Закон від 02.03.2015 № 222-VIII. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/222-19>.
35. Про підприємництво [Електронний ресурс] – Верховна Рада УРСР; Закон від 07.02.1991 № 698-XII) – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/698-12>.
36. Верланов Ю.Ю. Фінансовий менеджмент : навчальний посібник. Миколаїв : Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2021. 336 с.
37. Варналій З.С., Васильців Т.Г., Лупак Р.Л., Білик Р.Р. Бізнес-планування підприємницької діяльності : навч. посіб. Чернівці: Технодрук, 2019. 264 с.
38. Іваненко Л. М., Боєнко О. Ю. Маркетинг: навчальний посібник. Вид. 3-є, доп. і перероб. Вінниця: Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2022. 362 с.
39. Синицина Г.А., Рачкован О.Д. Основи бізнесу та підприємницької діяльності : конспект лекцій. Харків. 2019. 93 с.
40. Сороківська М.В., Юсипович О.І. Фінансовий менеджмент : навчальний посібник. Львів : Новий Світ-2000, 2020. 281 с.
41. Ash Maurya. Running Lean, 2nd Edition URL: <https://ziplaunchpad.sdsu.edu/>
42. Best sales pitch ever - The wolf of wall street: URL: <https://www.youtube.com/>
43. Bruce W. Tuckman, Mary Ann C. Jensen. Stages of Small-Group Development Revisited. URL: <https://webspace.science.uu.nl/>
44. Business model canvas: URL: <https://www.businessmodelsinc.com/>
45. Canvanizer URL: <https://canvanizer.com/>
46. Christian Müller-Roterberg. Handbook of DT: URL: <https://www.researchgate.net/>
47. Crossing The Chasm - Disruptive Innovation - Technology Adoption Life Cycle URL: <https://www.youtube.com/>
48. Dave Gray. Gamestorming: A Playbook for Innovators, Rulebreakers, and Changemakers Paperback URL: <https://gamestorming.com/>.
49. NUOLAIR – депозитарій (архів) НУ ОЮА. URL: <http://dspace.onua.edu.ua>
50. Svydruk I. New trends in the economic systems management in the context of modern global challenges: collective monograph. VUZF University of Finance, Business and Entrepreneurship. Sofia. 2020. Vol. 2. 317 p.
51. Інформаційні матеріали сайту “Електронна Україна”. URL: <http://www.eukraine.biz/index.htmee>.
52. Стартап-екосистема України: Tech ecosystem guide URL: https://data.unit.city/tech-guide/Tech_Ecosystem_Guide_To_Ukraine_En-1.1.pdf.
53. Стів Бланк – Різниця між малим бізнесом та стартапом URL: <https://www.youtube.com/watch?v=CIA9ikESXYI>.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Фаховий іспит складається з 25 тестових завдань закритого типу. Завдання має основу та чотири варіанти відповіді, з яких лише один правильний. Завдання вважається виконаним, якщо учасник/ця тестування вибрав/ла, позначив/ла відповідь, а також підтвердив/ла свій вибір.

Схема нарахування балів: 0 або 1 бал

1 бал, якщо вказано правильну відповідь;

0 балів, якщо вказано неправильну відповідь, вказано декілька відповідей або відповідь на завдання не надано.

Максимальна кількість балів за виконання тестових завдань – 25, мінімальна – 0.

Результат фахового іспиту переводиться в шкалу 100–200 балів.

Мінімальна сума балів, з якою вступник допускається до участі у конкурсі складає 100 балів.

У разі не набрання мінімальної кількості балів ухвалюється рішення про негативну оцінку («незадовільно»).

**ТАБЛИЦЯ ПЕРЕВЕДЕННЯ БАЛІВ З ФАХОВОГО ІСПИТУ ДО
ШКАЛИ 100–200 БАЛІВ**

Тестовий бал	Бал за шкалою 100–200
1	0
2	
3	
4	
5	100
6	105
7	110
8	115
9	120
10	125
11	130
12	135
13	140

14	145
15	150
16	155
17	160
18	165
19	170
20	175
21	180
22	185
23	190
24	195
25	200

Голова комісії



Ольга СЛОБОДЯНЮК